

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Batik adalah kebanggaan Indonesia karena merupakan budaya Indonesia yang mempunyai nilai seni yang tinggi bahkan pemerintah telah menetapkan pada tanggal 2 Oktober sebagai Hari Batik Nasional, karena Bertepatan dengan penetapan batik sebagai pada tanggal tersebut di tahun 2009 UNESCO mengakui keberadaan batik di Indonesia (Sastrodiwirjo, 2010). Batik selain menyimpan konsep arstistik juga mempunyai fungsi sebagai busana sehari-hari, untuk keperluan upacara (adat, tradisi, kepercayaan) bahkan status sosial. Kekhasan batik di Indonesia adalah salah satu seni budaya asli Indonesia.

Hampir seluruh daerah di Indonesia mempunyai batik dengan corak yang beraneka ragam dan berbeda-beda di setiap daerah tersebut seperti hanyalah di Jawa timur ada batik Madura dan batik Jawa seperti Sidoarjo, Malang dan lainnya. Di Madura sendiri ada Batik Bangkalan, Sampang, Pamekasan dan Sumenep yang masing-masing mempunyai sentra sendiri-sendiri dengan motif yang berbeda. Namun secara legal kabupaten yang di deklarasikan sebagai Kabupaten Batik di Madura oleh Gubernur Jawa timur adalah Kabupaten Pamekasan, karena pada tanggal 24 Juli 2009 Pemkab. Pamekasan membuat terobosan dengan mencanangkan kota tersebut sebagai kota batik dan masuk dalam catatan Museum Rekor Dunia-Indonesia (MURI) (Sastrodiwirjo, 2010).

Untuk mengembangkan dan membudidayakan budaya batik di Kab. Pamekasan, para pengrajin batik membangun UKM (Usaha Kecil Menengah) untuk lebih mengorganisir usaha batik di Kab. Pamekasan, karena pada saat ini

batik Madura sudah menjadi salah satu sumber ekonomi masyarakat. Salah satu sentra UKM batik di Pamekasan yang paling intensif dalam pemasaran, dan juga jumlah pengrajin yang cukup banyak adalah di Kecamatan Proppo yang mempunyai 12 sentra, dan sentra yang paling besar adalah di Kampung Banyumas Desa Klampar (Sastrodiwirjo, 2010). Oleh Karena itu Pamekasan dikenal jenis batik Banyumasan, karena berkembang di Kampung Banyumas yang berada di Kecamatan Proppo.

Salah satu UKM batik tulis Madura yang paling intensif dalam pemasaran hingga ke pangsa pasar Nasional yaitu UKM “Mutiaras Batik Pamekasan” yang merupakan UKM batik milik H. Ilzamuddin di Kampung Banyumas Desa Klampar Kecamatan Proppo Kabupaten Pamekasan. Berikut merupakan data omset penjualan batik di “Mutiaras Batik Pamekasan” Tahun 2012-2013 pada tabel sebagai berikut ini.

Tabel 1.1
Omset Penjualan Batik Perbulan

Tahun	Bulan	Omset penjualan per bulan (Rp)
2012	Maret	62.000.000
2012	April	75.890.000
2012	Mei	91.760.000
2012	Juni	99.808.000
2012	Juli	110.000.000
2012	Agustus	130.550.000
2012	September	134.220.000
2012	Oktober	92.589.000
2012	November	93.750.000
2012	Desember	95.870.000
2013	Januari	99.910.000
2013	Februari	51.420.000

Sumber : Mutiaras Batik Pamekasan 2012-2013

Dari tabel 1.1 dapat diketahui bahwa terjadi fluktuasi disetiap bulan. Permasalahan yang menyebabkan terjadi hal ini adalah karena adanya situasi-situasi dimana pada bulan-bulan tertentu terjadi pembelian yang cukup besar seperti bulan-bulan tertentu. Maka disini pihak pemilik dituntut untuk bisa memberi keyakinan kepada konsumen Mutiara Batik Pamekasan agar tetap bisa kembali melakukan pembelian di Mutiara Batik Pamekasan. Dengan kondisi tersebut, pemilik Mutiara Batik Pamekasan harus mewaspadaai ketatnya persaingan dalam usaha batik. Perubahan perilaku konsumen yang sangat sensitif terhadap produk, harga, promosi, distribusi sehingga pemilik Mutiara Batik Pamekasan harus benar-benar memperhatikan strategi pemasaran yang tepat, salah satunya melihat dari bauran pemasaran untuk mencapai misinya sebagai pemimpin pasar di Kota Pamekasan ataupun pangsa pasar nasional.

Persaingan pasar semakin ketat dikalangan produsen untuk menciptakan model, desain serta motif batik yang bisa membuat konsumen memilih produk tersebut, sehingga akan terjadi suatu keputusan pembelian. Selain itu konsumen berasal dari beberapa segmen, sehingga apa yang diinginkan dan dibutuhkan juga berbeda. Produsen perlu memahami perilaku konsumen terhadap produk atau merek yang ada di pasar, selanjutnya perlu dilakukan berbagai cara untuk membuat konsumen tertarik terhadap produk yang dihasilkan, Sehingga suatu usaha membutuhkan konsep pemasaran untuk Konsep Pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen (Swastha, 2005 : 7).

Dalam meningkatkan laba dalam perusahaan tentunya suatu perusahaan berpedoman pada ke empat variabel atau 4p yang sering disebut *marketing mix*

yang diantara keempat variabel itu terdiri dari produk, harga, promosi, dan distribusi.

Suatu perusahaan mengeluarkan suatu produk harus disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Dengan begitu maka suatu produk bisa bersaing di pasaran dan secara tidak langsung itu akan meningkatkan laba bagi perusahaan. Meski “Mutiara Batik Madura pamekasan” adalah termasuk dari bagian batik madura, akan tetapi “Mutiara Batik Pamekasan” mempunyai ciri khas , keunikan dan keistimewaan tersendiri di banding dengan batik-batik Madura lainnya. Dengan begitu tentunya setiap pemilik pasti menginginkan produk itu terus berkembang dan dapat bersaing di pasaran, serta selalu memberikan upaya untuk menyediakan berbagai jenis dengan harga yang bervariasi semata-mata hanya untuk menjaga konsumen agar selalu puas dengan berbagai pilihan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen. Oleh karena itu penelitian ini berjudul **”Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Sentra Mutiara Batik Madura Pamekasan)”**

1.2 Rumusan Masalah

Dari Latar belakang di atas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah *Marketing mix* yang terdiri dari *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), dan *distribution* (distribusi) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian “Mutiara Batik “Pamekasan?
2. Diantara keempat variabel, variabel manakah yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian “Mutiara batik Pamekasan”?

1.3 Tujuan dan manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui variabel-variabel dalam *marketing mix* yang meliputi *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Promotion* (Promosi), dan *Distribution* (Distribusi) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian “Mutiar batik “Pamekasan
2. Untuk mengetahui variabel mana yang berpengaruh dominan terhadap keputusan konsumen “Mutiar batik” Pamekasan.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat penelitian bagi pihak perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak perusahaan dan pengelola Hasil Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam menentukan langkah kebijakan perusahaan khususnya yang berorientasi pada keputusan pembelian.
2. Bagi peneliti Lain
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan pengetahuan untuk penelitian-penelitian di bidang pemasaran terutama yang berkenaan dengan keputusan pembelian.